

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**NEWSGAMES: DIFERENTES VISÕES DAS
MANIFESTAÇÕES DE JUNHO DE 2013**

PATRICIA CRISTINA BEZERRA MACHADO

RIO DE JANEIRO

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**NEWSGAMES: DIFERENTES VISÕES DAS
MANIFESTAÇÕES DE JUNHO DE 2013**

Monografia submetida à Banca de Graduação como
requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

PATRICIA CRISTINA BEZERRA MACHADO

Orientadora: Profa. Cristiane Henriques Costa

RIO DE JANEIRO

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Newsgames: Diferentes visões das manifestações de junho de 2013**, elaborada por Patricia Cristina Bezerra Machado.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Cristiane Henriques Costa
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação .- UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Octavio Carvalho Aragão Junior
Doutor em Artes Visuais pela EBA/UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Profa. Cristina Rego Monteiro da Luz
Doutora em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação – UFRJ
Departamento de Comunicação – UFF

RIO DE JANEIRO

2014

FICHA CATALOGRÁFICA

MACHADO, Patricia Cristina Bezerra.

News games: diferentes visões das manifestações de junho de 2013. Rio de Janeiro, 2014.

Projeto Prático (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo)
– Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de
Comunicação – ECO.

Orientadora: Cristiane Henriques Costa

MACHADO, Patricia Cristina Bezerra Machado. Newsgames: diferentes visões sobre as manifestações de junho de 2013. Orientadora: Cristiane Henriques Costa. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo o processo de criação e desenvolvimento de um newsgame - a fusão dos videogames com os preceitos jornalísticos. Apresenta o conceito de newsgame e seu surgimento, com um breve histórico das produções brasileiras e internacionais, além de um resumo das manifestações através de uma organização cronológica dos acontecimentos. O game irá reproduzir o protesto do dia 17 de junho de 2013 realizado no Rio de Janeiro sob o ponto de vista de três personagens distintos. A proposta é explorar um assunto que chamou a atenção da mídia em um passado recente, através de um novo gênero jornalístico, de forma a interagir com um novo público, mais exigente e interativo, que surgiu graças as mudanças culturais proporcionadas pelas novas ferramentas tecnológicas.

Agradecimentos

Antes de tudo, à minha família que sempre me apoiou e acreditou na minha capacidade para ir mais longe.

Às minhas amigas, tanto as do mundo real quanto do virtual, pelo incentivo e carinho nos momentos de desespero e dúvida.

À Cristiane, minha orientadora, por ter acreditado no meu projeto e, junto com todos os professores da Escola de Comunicação da UFRJ, pela oportunidade de acesso a conhecimentos que contribuíram para o meu desenvolvimento profissional e pessoal.

Ao meu já aposentado Sega Master System III por ter me apresentado ao mundo dos videogames.

Muito obrigada a todos que me ajudaram a chegar onde estou hoje.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO

2. NEWSGAMES

2.1 O novo leitor

2.2 Newsgames

2.3 Histórico da produção de newsgames

3. MANIFESTAÇÕES DE JUNHO DE 2013

4. RELATÓRIO DE PRODUÇÃO

4.1 O jogo

4.2 Montagem

4.3 Personagens

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. INTRODUÇÃO

O jornalismo contemporâneo sofreu grandes mudanças nos últimos anos graças às mudanças culturais e sociais causadas pelo avanço da internet. A introdução de tecnologias digitais no cotidiano, como computadores, tablets e smartphones, causou alterações na forma como as pessoas interagem, pensam e raciocinam com a informação que recebem. Surge um novo contexto comunicacional, onde muitos passam a ter voz e tem a chance de criar seu próprio conteúdo, bem como manipular da forma que bem entender os fluxos de comunicação existentes.

A dinâmica dos meios de comunicação na era digital é diferente do passado porque requer uma participação e interação maior do público. O esforço exigido para compreender um filme ou um livro não é o mesmo que nos meios digitais. No ciberespaço é necessário clicar, navegar, interagir com o conteúdo. A possibilidade de explorar informações no ambiente virtual de forma não linear invés de um modelo pré-estabelecido, as ferramentas de pesquisa e a utilização de softwares dão origem novas formas de se comunicar. Cria-se um novo leitor que deseja participar da produção da informação e ver o resultado desse envolvimento na tela.

Sendo assim, os veículos de comunicação enfrentam desafios que vão além da concorrência entre jornais e emissoras diferentes. O jornalismo online muitas vezes disputa espaço com um formato que não se assemelha nem de longe a um material jornalístico, mas que consegue criar. Sendo assim, redações se tornam um lugar para experimentar novas narrativas e técnicas de produção. Modelos clássicos são desconstruídos e somados as novas mídias.

Uma das consequências desse processo de experimentação foram os newsgames, a união entre notícias e jogos eletrônicos. Eles representam uma linguagem jornalística feita exclusivamente para a internet. Os newsgames recorrem à mecânica e narrativa próprias dos jogos eletrônicos como forma de apresentar a notícia. Jornais internacionais como *El País*, *New York Times* e canais de televisão como a *CNN* são alguns dos veículos de comunicação que publicam games em seus sites para aprofundar diversos temas. No Brasil, a revista *Superinteressante* possui uma editoria voltada para a produção de newsgames.

O presente trabalho busca relatar o processo de criação de um newsgame abordando as manifestações realizadas no Brasil em junho de 2013. O objetivo é proporcionar a

experiência de uma produção jornalística que usa da mecânica dos jogos eletrônicos para abordar um tema jornalístico complexo e que reúne interpretações heterogêneas.

O jogo funcionará como uma narrativa que recontará os acontecimentos do protesto realizado na cidade do Rio de Janeiro no dia 17 de junho de 2013 a partir do ponto de vista de três personagens diferentes. Depois de uma introdução, o jogador deverá escolher entre um estudante, uma jornalista e um policial militar para seguir em frente com a história, assim como será responsável por diversas decisões que os personagens irão tomar. De acordo com as escolhas feitas, o personagem obterá ou não informações que definirão uma opinião sobre os protestos de junho.

O trabalho está dividido em três partes principais. O primeiro capítulo apresenta a pesquisa bibliográfica e fundamentará o contexto que permitiu o surgimento de alternativas ao jornalismo voltado para a web. Além de apresentar o conceito de newsgame e as diferentes formas que pode apresentar, mostrará um histórico das primeiras principais produções desse gênero no cenário brasileiro e internacional. Entre os autores e autoras abordados estão Henry Jenkins, Ian Bogost e Janet Murray, além de texto de jornalistas que estudam e analisam o cenário atual do jornalismo online.

A segunda parte será responsável por abordar a pauta escolhida para o newsgame, as manifestações de junho de 2013, e a influência dos recursos multimídias disponíveis para a escolha do tema. As manifestações de junho serão analisadas a partir da cobertura da mídia impressa e online, através de editoriais, manchetes e colunas publicadas no período entre os dias 12 e 20 de junho de 2013. O objetivo é fazer um recorte, contextualizar o pensamento de vários setores da sociedade, e retratar as mudanças ocorridas durante esse período. Através do olhar de uma jornalista em formação, entende-se a justificativa para a escolha das manifestações como material jornalístico para a produção de um newsgame.

A parte final será documentado o relatório de produção de um newsgame, a descrição da plataforma e as ferramentas utilizadas, além do processo de desenvolvimento dos personagens e da criação do roteiro. Também será mostrado o material de pesquisa utilizado para compor o jogo, incluindo entrevistas, reportagens e documentários. Assim como a suposta forma de divulgação do game online.

O objetivo desse projeto de conclusão de curso criar um produto que seja um experimento dentro das várias possibilidades para o jornalismo atual, utilizando dos recursos disponíveis para a criação de um newsgame. O desafio é compreender como

funciona uma narrativa jornalística voltada para a web e como aplicar os conceitos fundamentais do jornalismo a mecânica de um jogo eletrônico.

2. NEWSGAMES

O público de hoje não é o mesmo do século XX e suas demandas rompem com os paradigmas tradicionais da comunicação. A introdução de tecnologias digitais no cotidiano das pessoas alterou o modelo de consumo de mídia. Na busca por atender a esses novos leitores surgiram os newsgames, as notícias em forma de jogos. Esse gênero é reflexo das mudanças enfrentadas pelo jornalismo atual.

No entanto, antes de revelar as qualidades desse gênero jornalístico voltado para a internet, é preciso entender as condições tecnológicas e sociais que permitiram o nascimento do newsgame. Entender tais mudanças é necessário pois, segundo McLuhan, “qualquer compreensão sobre mudanças sociais e culturais é impossível sem um conhecimento do modo como a mídia funciona” (MCLUHAN, 2001, p. 26). Compreender as vantagens e desafios do contexto jornalístico dos dias de hoje foi fundamental para a produção de um newsgame.

O panorama atual começou a se desenhar após o início da web 2.0, concepção que divide a internet em fases distintas sendo a 2.0 tendo início após o estouro da bolha da internet no final dos anos 90¹, onde o usuário passa a ter mais destaque e melhor acesso ao conteúdo que julga ser de maior relevância. Uma parte fundamental desse processo foi o uso de hypelinks:

Com a criação de novos conteúdos e sites, eles são agregados à estrutura da web por outros usuários que descobrem esse conteúdo e o ligam. Assim como as sinapses do cérebro, com as associações se tornando mais fortes através da repetição e intensidade, a internet de conexões cresce organicamente como um produto da atividade coletiva dos usuários da web. (O'REILLY, 2005)²

O leitor passar a ser o sujeito ativo sobre as notícias que consome. Ele é quem decide quando e qual conteúdo deseja consumir, seja através de inscrições no *Youtube* ou

¹ A bolha da internet foi o momento entre 1995 e 2001, onde as ações públicas aqueceram o mercado tecnológico da internet. Foi nesse período que sites como o Google se consagraram na web. Porém, em 2011, a bolha estourou, levando empresários à falência e fazendo com que uma nova fase de investimentos fosse iniciada. Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u19223.shtml> - acessado em 10/09/14

² Tradução livre. Trecho original: “As users add new content, and new sites, it is bound in to the structure of the web by other users discovering the content and linking to it. Much as synapses form in the brain, with associations becoming stronger through repetition or intensity, the web of connections grows organically as an output of the collective activity of all web users.” Disponível em: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> - acessado em 10/09/14

por quais sites de notícias ganharão seguidores no *Twitter*. Também deseja participar seja através de comentários, fóruns de debate ou produzindo seu próprio material. As gerações mais novas já cresceram em um ambiente cercado pela internet e possuem uma maneira diferente de se relacionar com a informação. As consequências desse novo pensamento serão discutidas mais adiante.

Outra característica marcante da web 2.0, para o jornalismo online, é a possibilidade de mesclar informações e, segundo Marcos Palácios, hipertextualidade, multimidialidade, interatividade, personalização, atualização contínua e memória. (PALÁCIOS *apud* PRADO, 2010)

No início da era digital, os sites dos jornais eram apenas a conversão do material impresso para o digital sem uma preocupação em pensar num conteúdo voltado para o meio online. Um exemplo desse modelo inicial seria o site do Jornal do Brasil que foi lançado em 1995 e era uma reprodução exata de sua versão impressa. No entanto, não demorou-se a perceber a possibilidade de fazer um jornalismo mais rápido na web, mas acabou abrindo espaço para uma produção desenfreada de notícias curtas e descontextualizadas, um mal que acontece até os dias atuais em grandes portais de notícias. Somente no século XXI começaram haver as primeiras experimentações do potencial de um jornalismo criado na internet, graças à entrada de profissionais que já tinham contato com as novas tecnologias e o desenvolvimento de diversas ferramentas online que poderiam ser utilizadas pelos jornalistas.

Com alguma relutância, as empresas de comunicação perceberam que não se pode produzir para a internet da mesma forma que se fazia para o impresso ou para a televisão. A dinâmica do ciberespaço exige que os jornalistas descubram qual a linguagem a ser utilizada na web para transmitir as notícias de maneira mais eficiente. O ciberespaço, que também será chamado de rede, segundo Pierre Levy é um ambiente de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo”. (LÉVY, 1999, p. 17)

No passar do tempo foram introduzidos canais buscando a comunicação entre jornalista e leitor, o hipertexto, a abertura de editoriais dedicadas a reportar notícias que acontecem antes de chegarem ao impresso. Somente mais tarde foram inseridos recursos multimídias – sons, vídeos, animações, gráficos animados – como uma maneira de

enriquecer a narrativa jornalística. É essa última fase do jornalismo atual que interessa o presente trabalho.

Como afirma Luiz Beltrão, em *Iniciação à filosofia do jornalismo*, “Jornalismo é a informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objeto de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública no sentido da promoção do bem comum” (BELTRÃO, 1960, p. 8). Isso significa que os aspectos fundamentais do exercício da profissão – boa apuração, texto conciso e escrito corretamente, apresentar as informações de maneira clara - são os mesmos em qualquer plataforma e devem ser seguidos independentemente da forma de distribuição ou do formato que assumem. O desafio é encontrar o modo de fazer jornalismo na internet.

O bom jornalista escreve para o jornal, para internet, para o celular ou para um *e-reader*. O que tem que mudar é sua capacidade de se colocar no papel de quem lê, entender o que o leitor quer encontrar em cada meio, como vai acessar aquela informação, e saber dar relevância a uma ou outra ferramenta que seja capaz de tornar a experiência de leitura cada vez mais dinâmica e, paradoxalmente, completa. (BUSCH *apud* PRADO, 2010, p. 45)

Com a consciência dessa mudança de mentalidade necessária para atender as demandas do novo leitor, o foco sai da forma de publicação para a interação. No entanto, a ideia de uma produção jornalística multimídia não é recente. Pollyana Ferrari afirma que a palavra multimídia vem sendo usada desde a década de 80 do século passado e Nicholas Negroponte, em 1995, já apontava, com os trabalhos multimídias já existentes, a direção em que os meios de comunicação iriam se desenvolver. Ele acreditava que “pensar em multimídia implica em se ter noção do movimento fluido de um meio para o outro, dizendo a mesma coisa de maneiras diversas, invocando um ou outro dos sentidos humanos” (NEGROPONTE, 1995, p. 69). Mais adiante Henry Jenkins vai nomear esse fenômeno de “Cultura da Convergência”, em um livro com esse mesmo nome, como a nova conexão entre diferentes tecnologias midiáticas, que permite o fluxo de informações por diversos canais e tenha formas distintas de aproveitamento de acordo com o ponto de recepção.

Entre os conceitos apresentados por Jenkins que podem ser aproveitados por veículos jornalísticos, inclusive na forma de newsgames, está o de “Narrativas Transmídias”. São histórias que se desenrolam por múltiplas plataformas, onde cada uma contribuiu de maneira própria para a narrativa e proporcionam uma experiência midiática mais abrangente.

Uma história transmidiática desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. (JENKINS, 2008, p. 139)

O foco de estudo de Jenkins são produtos voltados para o entretenimento popular, onde relata as transformações que ocorrem no campo da comunicação entre mídias atuais produtoras de conteúdo de massa e um público consumidor mais participativo e ativo. No entanto, o autor afirma que nada impede que essas mudanças não ocorram em outros campos da sociedade como a esfera política ou a produção jornalística. Além disso, uma das características da Cultura da Convergência está no comportamento migratório do público que vai a qualquer lugar em busca das experiências de entretenimento que desejam e na web isso se manifesta com mais força.

A web não é sisuda, ela tem humor. O público online é mais receptivo para estilos não convencionais, já que o leitor não tem tanto compromisso ao navegar, ele ‘zapeia’ pelos canais, ficando pouco tempo na mesma notícia que lhe interessa. (FERRARI, 2006, p. 49)

Chamar a atenção desse leitor distraído é um dos maiores desafios do webjornalismo. O novo leitor tem diversas opções para se entreter e se informar na internet e muitas vezes essas novas fontes não se assemelham nem de longe ao jornalismo. Stijn Debrouwere apresenta, através de um ensaio nomeado “Fungible” em seu site oficial, o conceito de fungibilidade, um termo econômico usado para descrever produtos que podem ser trocados por outros da mesma espécie. A web transformou ideias que antes seriam consideradas diferentes e as tornou fungíveis. No caso do jornalismo, isso não só transformou os modelos de negócios das empresas de comunicação como a expectativa do público em aspectos mais profundos, que iriam além de além de escolher ler uma notícia na internet ou num jornal impresso. Como sobreviver no mercado? Uma das soluções apontadas por Debrouwere foi “concentrar-se na forma de contar histórias e em singularidade, porque elas são insubstituíveis”³.

³ Tradução livre. Trecho original: “Amp up storytelling and personality, because those things are irreplaceable.” – Disponível em: <http://debrouwere.org/2012/05/04/fungible/> - Acessado em 11/09/14

2.1 O novo leitor

Os desafios que o jornalismo enfrenta hoje não vem somente da presença de novas tecnologias, mas das mudanças sociais pelas quais a sociedade passa e modifica a forma como se lida com a informação e vê o papel das notícias. A geração Y, aqueles nascidos após 1980, já cresceu junta com o desenvolvimento da internet e incorporou as tecnologias digitais ao seu cotidiano. Conceitos como virtualização, interatividade e desterritorialização já fazem parte do convívio dessas pessoas.

Para entender a relação desse novo público com a informação é importante lembrar que a internet é diferente de outros meios “por ser participativa, por forçar os usuários a aprender novas interfaces e por criar novos canais de interação social” (JOHNSON, 2005, p. 93). No cenário de novos meios de comunicação e de acesso à informação o usuário tem um ambiente personalizável, um estilo de navegação próprio que estimula a dependência do computador e a busca por informações de forma não linear, fragmentada e individualizada. A leitura nesses meios se dá através de nós, que articulam hipertexto, áudio, imagens e ambientes virtuais, que podem estar apenas na tela do computador ou caracterizar uma narrativa transmídia – que ocorre quando uma mesma história ou assunto que se desdobra em várias plataformas - TV, computador, videogame, celular etc, deixando de ser linear e ganhando a contribuição de diversos autores, oficiais ou não. (JENKINS, 2008)

Nessas circunstâncias, o leitor ganha novos papéis. Deixa para trás a imagem de “passivo” com relação ao material que absorve, passando a ser editor e até mesmo produtor de conteúdo. O hipertexto, por exemplo, mistura as funções de leitura e escrita, é uma “matriz de textos potenciais”, pois permite que o navegador participe da redação daquilo que lê (LÉVY, 1999, p. 59). No mundo virtual, a relação entre o autor, o meio, a obra, e o leitor passa por uma mudança onde as linhas que delimitam quem ou o que se tornam mais difíceis de serem distinguidas, já que cada um pode mudar de lugar durante a construção narrativa.

No livro *Navegar no ciberespaço*, esse novo leitor é chamado por Santaella de “leitor imersivo”. A autora classifica o leitor de antes do advento das tecnologias digitais como: “contemplativo” (meditativo, habituado ao livro impresso e à imagem expositiva fixa) e como “movente” (leitor dinâmico, que nasce com a explosão do jornal e com o universo reprodutivo da fotografia e do cinema, o chamado homem na multidão). Ambos

os perfis predominaram até o final do século XX. A partir do século XXI, um leitor diferente e novos modos cognitivos entram em cena. O leitor imersivo é aquele que está inserido fortemente nas novas tecnologias, principalmente internet e jogos digitais. Ele não manuseia seu objeto de leitura como os leitores de períodos anteriores, mas desenvolve novos modelos de interação. O leitor imersivo é “aquele que navega entre nós e nexos construindo roteiros não lineares, não sequenciais.” (SANTAELLA, 2004, p. 37).

Nas últimas décadas os meios de comunicação se tornaram mais desafiadores e complexos, levando os usuários a desenvolver novas modalidades perceptivas. Na web, o leitor-usuário tem o poder de controlar onde a história começa e onde ela termina. Ele é quem decide como vai navegar e aprende de forma independente a separar a informação do seu interesse.

O modo como a ascensão da internet desafiou as mentes caminha em paralelo com os sistemas de regras dos videogames: o ritmo cada vez mais rápido de novas plataformas e novos softwares força o usuário a sondar e dominar novos ambientes. Sua mente está concentrada no conteúdo interativo da mídia em rede. (JOHNSON, 2005, p. 96)

Mais do que a chegada das novas tecnologias, as verdadeiras mudanças vêm da forma como as pessoas aprendem a usar essas novas mídias e as alterações sociais que isso acarretam. Outro fator muito importante para compreender o novo leitor é ter a consciência de que ele não está “sozinho”. A partir do momento que os usuários/leitores estão conectados e se comunicam entre si cria-se o “espaço informacional”, o Ciberespaço. Trata-se de uma nova realidade que é “sustentada por computadores que funcionam como meios de geração e acesso (...). É o espaço que se abre quando o usuário se conecta com a rede” (SANTAELLA, 2004, p. 40-45). Nesse mundo o usuário pode manipular e transformar os fluxos de informação que deseja entrar em contato.

Com o ciberespaço, surge também a cibercultura, que, segundo Lévy (1999), consiste em um conjunto de técnicas, práticas, atitudes, modos de pensamento e de valores. Dentro desse espaço surge a inteligência coletiva, característica intrínseca ao leitor conectado em rede. As pessoas desejam participar, comentar, criticar e agregar informações, dar sua opinião sobre o que estão lendo seja porque o meio permite essa interação e apreciam o resultado. Não é apenas uma mente trabalhando sozinha, mas várias ao mesmo tempo e de forma conjunta. Mais do que afetar a nossa relação com a informação, os meios digitais alteram nossa sociabilidade, “ampliando nossas redes de

contatos e criando novas possibilidades para que estranhos compartilhem ideias e experiências” (JOHNSON, 2005, p. 98).

O desejo de fazer parte da informação já é uma característica comum ao leitor contemporâneo. Janet Murray, em *Hamlet no Holodeck*, apresenta o conceito de interator (mistura de interagir com ator) e propõe que para o espectador comum se transformar em interator é necessário a capacidade de agência, entendida com a capacidade de realizar ações significativas e ver os resultados das nossas decisões e escolhas. A figura do interator caminha por diferentes plataformas conectadas, explorando o que cada uma tem de melhor a oferecer em termos de interatividade e conteúdo⁴.

Além disso, para pensar em criar conteúdo para esse público é fundamental conhecer outros dois conceitos: interatividade e imersão.

Interatividade abrange a experiência de reciprocidade entre o ser humano e as interfaces tecnológicas ao seu redor. Um ambiente interativo entende-se por oferecer espaço para troca de informações, compartilhamento. Já a imersão é definida por Murray como a experiência de ser transportado para um lugar simulado. Através da imersão, o usuário pode fazer mais do que navegar e interagir com a informação, pode estar dentro dela.

‘Imersão’ é o termo metafórico derivado da experiência física de estar submerso na água. Buscamos de uma experiência psicologicamente imersiva a mesma impressão que obtemos num mergulho no oceano ou numa piscina: a sensação de estarmos envolvidos por uma realidade completamente estranha, tão diferente quanto à água e o ar, que se apodera de toda a nossa atenção, de todo o nosso sistema sensorial. (MURRAY, 2003, p. 102)

Estudando esses conceitos torna-se claro que o desafio dos veículos de comunicação para atrair esse novo leitor, mais participativo e exigente, vai além da plataforma de contato com o público. Esse habitante do ciberespaço vai atrás do que desperta seu interesse e não tem dificuldades em trocar um produtor de conteúdo por outro que lhe soe mais atraente. O jornalismo está no processo de entender a linguagem da rede e construindo a sua própria de forma a chamar a atenção dos leitores para as notícias no espaço virtual.

⁴ Disponível em: <http://falafil.com.br/anteados/a-figura-do-interator/> - acessado em dia 10/08/14

2.2 Newsgames

O crescimento da indústria dos jogos digitais e a busca para atender a demanda trazida por um novo tipo de leitor foram os fatores-chaves que acarretaram no surgimento dos newsgames. Eles têm fins jornalísticos e são utilizados para explicar um fato complexo ou extenso e transmitir informações por um novo modo: a proposta é que, em vez de ler ou assistir uma reportagem, o usuário possa navegar dentro dela.

O designer Gonzalo Frasca foi o primeiro a utilizar o termo newsgame, onde o definiu como a “simulação vai de encontro às charges políticas” (FRASCA *apud* BOGOST 2010, p. 13). A palavra acabou sendo adotada pelos jornalistas, mas seu significado foi expandido para qualquer sugestão de interação entre o jornalismo e jogos. Eles podem ser encontrados em computadores, smartphones e tablets com acesso à internet. Por fazerem parte de uma mídia digital, os newsgames podem também ser chamados de jogos digitais. (ARAÚJO, 2010)

Jogos também são atividades centradas no domínio de habilidades, orientadas por metas e que visam simular padrões e situações da vida cotidiana (MURRAY, 2003). Eles não são jogados por obrigação ou imposição de terceiros, mas sim de forma voluntária e como uma opção de lazer ou, como afirma Johan Huizinga, em *Homo Ludens*, “jamais é imposto pela necessidade física ou dever moral, e nunca constitui uma tarefa, sendo sempre praticado nas horas de ócio” (HUIZINGA, 2000, p.10). Diferente de outras mídias, como filmes ou livros, o importante não está apenas na história a ser contada, mas na experiência do jogador enquanto participante. A ação se dá por meio de um avatar, um personagem, ou através da interface do jogo. Os jogos dão “a oportunidade de encenar as histórias ao invés de simplesmente testemunhá-las. Acontecimentos encenados tem o poder transformador que excede tanto o dos fatos narrados quanto dramatizados, pois não os assimilamos como experiências pessoais” (MURRAY, 2003, p. 166). No entanto, Braga também pensa nos jogos como ferramentas que vão além do entretenimento e que permitem aos sujeitos experimentar formas de assimilar a complexidade simbólica do cotidiano que os cerca.

A potência narrativa da não-linearidade e a presença de obstáculos a serem superados são uma premissa importante para que uma atividade lúdica exerça fascínio e contribua para o entendimento e adaptação do indivíduo frente às exigências de uma sociedade pautada pelo excesso de estímulos visuais e de informações (BRAGA *apud* ARAÚJO, 2010, p. 39).

Os jogos eletrônicos, ou games, são o primeiro meio de comunicação de massa nascido na era da internet. É importante destacar que o termo “jogos eletrônicos” abrange as expressões “jogos para consoles”, que utilizam dispositivos próprios conectados à televisão, “jogos para computador”, que demandam o monitor e o hardware do computador, e “jogos para arcade”, máquinas que unem console e monitor, os chamados fliperamas (SANTAELLA, 2004).

O mercado dos games cresce a cada ano e tornou-se um dos mais lucrativos do mundo. O público há tempos deixou de ser formado em sua maioria por crianças e adolescentes, abrangendo pessoas de todas as idades, com a idade média de um jogador assíduo sendo de 27 anos⁵. A explosão de jogos casuais para smartphones e redes sociais, além do aumento do número de ferramentas que auxiliam no desenvolvimento de jogos, contribuíram para o cenário atual. O Brasil é o quarto maior consumidor de games no mundo⁶, com cerca de 30% da população (quase 60 milhões de pessoas) possuindo algum tipo de videogame.⁷

O potencial dos newsgames para transmitir ao público temas complexos ou muito extensos vem das particularidades que tornam os jogos eletrônicos tão atrativos para muitas pessoas. Como uma mídia recente, eles têm o poder de envolver e divertir quem joga. Exige que os participantes tenham a habilidade de resolver problemas, construir estratégias e elaborar hipóteses. Os jogos “podem servir como ferramenta de construção de capacidade crítica e raciocínio e como plataforma de socialização e formação de identidade cultural”⁸.

Como os games conseguem despertar a imersão da mente do jogador, a abstração facilita a maior apreensão de conteúdo, muitas vezes de forma inconsciente. Como explica Negroponte:

De repente, o aprender fazendo tornou-se regra, e não exceção. Uma vez que um computador pode hoje simular quase tudo, não se precisa mais dissecar um sapo para aprender sobre ele. (...) Brincando-se com a

⁵ Disponível em: <http://jogos.uol.com.br/ultimas-noticias/2014/11/11/segundo-pesquisa-idade-media-de-jogadores-mobile-caiu-sete-anos.htm> - acessado em 10/08/14

⁶ Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/games/noticia/2014/04/pesquisa-do-bndes-mostra-potencial-do-mercado-de-games-no-brasil.html> - acessado em 10/08/14

⁷ Disponível em: <http://www.kotaku.com.br/pesquisa-ipsos-30-brasileiros-tem-videogame/> - acessado em 10/08/14

⁸ “Relatório de Investigação Preliminar: O Mercado Brasileiro de Jogos Eletrônicos” publicado em <http://diretorio.fgv.br/node/1872> - Acessado em 10/08/14

informação, sobretudo em se tratando de coisas abstratas, o conteúdo adquire maior significado. (NEGROPONTE, 1995, p. 173)

Janet Murray observa que uma narrativa digital pode capturar algo que ainda não conseguimos fixar nos formatos lineares. Mais do que apresentar um herói ou fornecer escolhas, ela pode mostrar o processo que dá forma a história. Para o jornalismo digital, os newsgame já estão sendo utilizados com essa intenção em alguns casos.

Os jogos de notícias buscam apresentar dados complexos de maneira interativa, leve e interessante e, unindo informação e entretenimento, atrair o público. Para Rafael Kenski, ex-editor da revista *Superinteressante*, é preciso fazer duas perguntas antes de se publicar um newsgame: “Ele diverte? Ele informa?”. Se a resposta para ambas as perguntas for sim, o newsgame “cumpre sua missão”⁹.

No entanto, nem tudo é apenas diversão. No universo de newsgames, jogos como *September 12th*, que abordam a guerra ao terror promovida pelos Estados Unidos, podem ser classificados como *Editorial Games* (games editoriais), equivalente a colunas de opinião ou charges políticas, pois expressam uma visão de mundo particular – ou apresentam um assunto a partir de uma ótica diferente (BOGOST, 2010, p. 6). Para Frasca, criador do *September 12th*, embora seja prevalente a ideia de que jogos são para entreter, eles também podem causar reflexão e promover o engajamento dos jogadores com diversas pautas.

Em *Newsgames: Journalism at play*, o autor Ian Bogost revela mais categorias de jogos jornalísticos. Entre os voltados para eventos atuais, além dos games editoriais, existem os *Tabloid Games* (tabloides), rápidos, práticos e que falam sobre assunto de grande repercussão com o objetivo de atrair visitas para o site onde está hospedado, e os *Reportage Games* (games de reportagem) que tentam reproduzir para o leitor a cena onde ocorre a notícia descrita, criando um ambiente de simulação de fato. Também existem os infográficos, representações visuais de dados para ajudar o leitor a fazer conexões entre redes complexas de informações ou eventos, e os quebra-cabeças, que tem como exemplo clássico as palavras cruzadas. E os newsgames de documentário que abrangem eventos históricos numa maneira similar a fotografia documental, ao cinema e ao jornalismo investigativo. Maiores que a maioria dos newsgames em escala e escopo, esses jogos oferecem experiências de determinados acontecimentos de uma forma que seria impossível

⁹ Disponível em <http://super.abril.com.br/blogs/newsgames/como-surgiram-os-newsgames-no-nucleo-jovem/> - Acessado em 12/09/14

reproduzir através de um impresso ou de uma cobertura televisa. Quando lidam com eventos passados, recriam épocas, espaços e sistemas que só poderiam ser entendidos da mesma forma através de filmes de arquivo ou da imaginação (BOGOST, 2010, p.7). O projeto de newsgame apresentado neste trabalho tem características que podem ser atribuídas aos games de reportagem, porque usa como base um evento que já aconteceu, buscando levar o leitor-jogador a vivenciar o acontecimento através de uma simulação, para assim entender melhor o assunto abordado.

Aproveitar as ferramentas surgidas com a tecnologia e a internet a fim de criar uma nova forma de se fazer webjornalismo é uma ideia defendida por Bogost. No seu livro, defende que os jogos digitais são, de fato, a linguagem da internet, pois permitem que o usuário “navegue nas informações em vez de apenas ler, ouvir ou assistir. Transmitir informações através de um game online é uma possibilidade interessante porque os jogos “não apenas entregam mensagens, mas simulam experiências”, o que o autor chama de “retórica processual”. (BOGOST *et al*, 2010).

Jogos exibem textos, imagens, sons e vídeos, mas fazem muito mais: simulam como as coisas funcionam por meio da construção de modelos com os quais as pessoas possam interagir [...]. Inclusive, eles podem oferecer a experiência de como as coisas funcionam, mais do que uma descrição de eventos-chave e participantes.” (BOGOST, 2010, p. 6)

Na monografia sobre newsgames de Nicolly Ribeiro, a partir do momento que o fato jornalístico é apresentado de forma lúdica e interativa, aumentam as chances de que o leitor pense em suas consequências e implicações, uma vez que ele não apenas leu sobre o assunto, mas experimentou o acontecimento através de simulação (RIBEIRO, 2012, p. 40). No entanto, isso não significa que haja um desejo por parte dos avanços feitos até agora de substituir o texto jornalístico por jogos digitais. Os newsgames não são informação por si só, além de se muitas vezes apresentarem como complemento a notícia.

O newsgame não substitui o texto noticioso em outras mídias ou mesmo na web. Antes, cumpre uma função de aprofundamento, esclarecimento, compreensão, memorização e imersão e proporciona uma nova experiência de acesso e interação com a notícia ou acontecimento em tempo real.¹⁰

¹⁰ Disponível em http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/uma_remidiacao_de_linguagens - Acessado em 12/08/14

Outro ponto positivo dos newsgame é que por poderem funcionar como uma ferramenta para melhorar o entendimento dos leitores sobre o mundo que os cerca, ao atuarem como suporte de informações, os ajudam na tomada de decisões em relação a seu cotidiano. Segundo o pesquisador Tiago Dória¹¹, os jogos, por meio de simulação, ajudam a ver os prós e contras de uma decisão, assim como acontece com o jornalismo, que teria como função “ajudar as pessoas a tomarem decisões, a mostrar os prós e contras de um cenário”.

A produção de um newsgame não difere muito da criação de qualquer outro material jornalístico. Ainda é preciso pesquisar, apurar informações, entrevistar pessoas, editar conteúdo, etc. Um dos fatores cruciais antes de se iniciar a elaboração de um jogo jornalístico, é preciso avaliar se o tema escolhido deve ser retratado nesse formato ou funcionaria melhor em outra mídia. Esse questionamento foi fundamental no momento de escolher a pauta para a realização do newsgame apresentado neste projeto prático. Frederico Diácomo Rocha, editor do *Núcleo Jovem* da revista *Superinteressante*, explica o seguinte sobre a escolha do formato:

Sua utilização passa pelos critérios de edição para avaliar quais fatos jornalísticos “merecem” o desenvolvimento de um newsgame, já que o processo de produção envolve questões de tempo (de importância central no jornalismo diário), disponibilidade de pessoal qualificado (jornalistas, programadores ou designers de jogos) e investimento (treinamento, disponibilidade de softwares adequados e computadores).¹²

Entre os maiores desafios da produção de um newsgame está o cronograma. Se o jogo é baseado num acontecimento ainda em curso é preciso muita agilidade e um trabalho em equipe entre os jornalistas e os programadores e designers responsáveis. Por isso grande parte dos veículos de comunicação opta por fazer newsgames baseados em matérias frias ou de acontecimentos duradouros e mais previsíveis, como eleições, campanhas de saúde, desastres naturais, entre outros.

Para a criação de um newsgame é necessária uma equipe formada por jornalistas que sejam responsáveis por apurar as informações, cuidar do roteiro, analisar a mecânica do jogo, além de programadores, designers, ilustradores para realizar a parte técnica. Jogos mais elaborados precisam da dedicação total da equipe e podem levar meses até ficarem prontos.

¹¹ Disponível em: www.tiagodoria.ig.com.br - Acesso em 19/09/14

¹² Entrevista concedida à Daniela Araújo. (ARAÚJO, Daniela, 2010: Anexo I)

No entanto, essa exigência de tempo e dedicação, além de funcionários especializados, nem sempre pode ser atendida pelos jornais, que trabalham com redações cada vez menores e jornalistas que exercem múltiplas atividades. Tanto que, apesar de ser utilizado há quase uma década, futuro do newsgame é incerto. Os games ainda sofrem preconceito, vistos como infantis ou inadequados para cobrir assuntos mais sérios, e dificultam a consolidação do newsgame como um gênero. Não se possui dados concretos sobre o público consumidor desse estilo jornalístico, além de que muitos não querem arcar com despesas para criar um produto sem certeza de lucro.

No entanto, o jornalista Chris O'Brien aponta para a importância dos newsgames como forma de fazer jornalismo:

Longe de serem apenas distrações triviais ou simplesmente diversão, estes jogos oferecem benefícios que deveriam despertar o interesse de qualquer redação. Os melhores jogos criam um profundo engajamento, são intensamente sociais, e em alguns casos, eles mostram um caminho para novas maneiras de ganhar dinheiro a partir do conteúdo digital.¹³

Este trabalho não se propõe a apresentar sugestões para o futuro do newsgames, a proposta é apenas a experiência de elaboração de jogo jornalístico. Todavia, o argumento de Tiago Dória sintetiza o desejo de avançar na produção desse gênero ainda não consolidado: “O grande desafio para quem produz conteúdo não é simplesmente mudar de plataforma – antes papel, agora digital –, mas sim – mais desafiador e profundo –, buscar novas formas de contar histórias”.¹⁴

2.3 Histórico da produção de newsgames

Um dos primeiros jogos reconhecidos como um newsgame foi *September 12th*, criado em 2003 pelo designer Gonzalo Frasca. Um jogo simples que possui apenas um cenário. O jogador deve atirar em terroristas, que se movimentam pela cidade virtual. Porém, ao fazer isso, atingirá não só os terroristas, mas também os habitantes do local que, inconformados com a perda de entes queridos ou de suas casas, se transformam em novos terroristas. A proposta do jogo é fazer com que as pessoas percebam que não há como

¹³ Disponível em: <http://www.pbs.org/idealab/2011/04/why-are-newsrooms-resistant-to-creating-newsgames097> - acessado em 05/09/14

¹⁴ Disponível em: <http://www.tiagodoria.com.br/coluna/2010/11/02/games-para-fazer-jornalismo/> - acessado em 05/09/14

combater o terrorismo com mais violência. *September 12th* é considerado um newsgame por ter como base um assunto que esteve em voga anos atrás: os bombardeios norte-americanos no oriente médio realizados em nome da “Guerra ao terror”.

Desde então newsgames são usados por grandes jornais e revistas de todo o mundo, como forma de complementar as matérias e são distribuídos online gratuitamente. Um dos primeiros jornais a lançar algo do gênero foi o *El País* publicando em seu site o jogo *Play Madrid*¹⁵, também desenvolvido por Frasca. Em seguida, o *The New York Times*¹⁶ e a *CNN*¹⁷, dos Estados Unidos, experimentaram produzir os seus próprios newsgames. No Brasil os jornais *O Estado de São Paulo* e *O Globo*, a revista *Veja* e o site *GI*¹⁸ também publicam newsgames como complemento para algumas reportagens. O *Globo.com*¹⁹ lançou seu primeiro newsgame, o Missão Bioma, em 2011, e o portal R7 tem se inserido quizes²⁰ ao fim de diversas matérias.

A revista *Superinteressante* é notoriamente o veículo que mais se dedica a produção de newsgames no país, com uma editoria dedicada ao assunto. Entre os jogos mais populares estão o *Filosofighters*²¹, um game de luta que usa como personagens filósofos famosos e explica sobre a história e teorias através do *gameplay*, e O Jogo da Máfia²², onde é possível simular o pensamento de um chefe da máfia e a forma como eles fazem negócios milionários por todo o mundo. No site da *Superinteressante* existe inclusive um blog²³ voltado a publicação de textos relacionados a newsgames e trazem dicas de livros para quem esteja interessado sobre o tema.

No jornalismo os jogos têm sido utilizados para complementar notícias sobre diversos assuntos ou para explicar tópicos complicados para o leitor, oferecendo maior profundidade sobre o tema. Ao participar de um jogo, o leitor-jogador se coloca no lugar de um dos personagens da matéria. Essa “experiência virtual” amplia a compreensão e a

¹⁵ Disponível em: <http://www.newsgaming.com/games/madrid/> - Acessado em 10/09/14

¹⁶ Disponível em: http://select.nytimes.com/2007/05/24/opinion/20070524_FOLLIES_GRAPHIC.html?_r=1 - Acessado em 10/09/14

¹⁷ Disponível em: <http://edition.cnn.com/ELECTION/2008/presidential.pong/> - Acessado em 10/09/14

¹⁸ Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Mundo/0,,MUL148591-5602,00-%20JOGUE+E+APRENDA+COM+O+NANOPOPS+DE+POLITICA+INTERNACIONAL.html> - Acessado em 10/09/14

¹⁹ Disponível em: <http://missaobioma.g1.globo.com/> - Acessado em 10/09/14

²⁰ São jogos baseados em questionários. Exemplo: <http://entretenimento.r7.com/musica/noticias/adele-quer-fazer-dueto-com-beyonce-20120403.html?question=0> - Acessado em 10/09/14

²¹ Disponível em: <http://super.abril.com.br/multimedia/filosofighters-631063.shtml> - Acessado em 10/09/14

²² Disponível em: http://super.abril.com.br/multimedia/info_420553.shtml - Acessado em 10/09/14

²³ Disponível em: <http://super.abril.com.br/blogs/newsgames/> - Acessado em 10/09/14

memorização do fato²⁴. Pierre Lévy aponta que “quanto mais estivermos envolvidos com uma informação, mas fácil será lembrá-la” (LÉVY, 1993, p. 130).

Pollyana Ferrari (2003) já afirmava há mais de uma década que os desafios do jornalismo online serão ultrapassados por profissionais de comunicação que saibam entender as mudanças pela qual a sociedade está passando, ou seja, reunir jornalistas que entendam do potencial das novas mídias e sejam capazes de contar uma boa história. Os newsgames são uma das respostas encontradas para contar notícias de uma forma diferente e atrativa, com um diferencial competitivo. Como afirma Janet Murray, narrativas em formato de simulação podem trazer diversos benefícios como ajudar a perceber causas de acontecimentos complexos, imaginar diferentes desfechos para uma mesma situação, fixar aspectos que não seriam notados em formato linear e permitir a exploração do processo pelo qual determinado fato se deu (MURRAY, 2003). Com esse objetivo de criar uma narrativa diferente e atrativa que deu-se início a criação de um newsgames sobre as manifestações de junho de 2013.

²⁴ LUZ, Andréa. “Uma remediação de linguagens”. Disponível em http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/uma_remidiacao_de_linguagens - Acesso em 02 de dezembro de 2011.

3. MANIFESTAÇÕES DE JUNHO DE 2013

As jornadas de junho, como ficaram conhecidas, foram uma série de manifestações populares por todo o Brasil que tiveram seu ápice em junho de 2013. O tema foi escolhido como pauta devido à complexidade de acontecimentos e variedade de interpretações que os protestos geram até hoje. É um assunto que pede um aprofundamento maior, então é possível de ser abordado através de um newsgame. O fato de ser uma pauta fria, mas ainda com grande destaque no cenário brasileiro, e a quantidade de material disponível para ser utilizado como material dentro e fora do jogo foram os fatores decisivos na escolha.

Desde o ano anterior, já havia relatos de diversos protestos realizados nas grandes cidades do país, como Natal (RN) e Porto Alegre (RS), para reclamar do aumento das passagens do transporte público. O reajuste do preço seria uma reação ao aumento da inflação e o possível aumento do preço do combustível, apesar das empresas de ônibus deixarem de pagar impostos como PIS e Confins²⁵.

O Movimento Passe Livre (MPL) foi o principal responsável por organizar os protestos em São Paulo durante a primeira metade do mês de junho. A convocação para participar da manifestação era feita através de redes sociais como o *Facebook* e o *Twitter*. O objetivo era evitar o aumento da tarifa do transporte público rodoviário na cidade de São Paulo, onde a passagem passaria de R\$3,00 para R\$3,20. O valor de 20 centavos foi um dos ícones visuais e simbólicos durante os protestos. Grande parte dos manifestantes era composto de jovens de classe média, embora também houvesse a presença de militantes de vários partidos de esquerda – como o PSTU e o PSOL – e adultos que simpatizassem com a causa.

O Movimento Passe Livre foi fundado em uma plenária no Fórum Social Mundial em 2005, em Porto Alegre²⁶. Segundo o site oficial é “um movimento social autônomo, apartidário, horizontal e independente, que luta por um transporte público de verdade, gratuito para o conjunto da população e fora da iniciativa privada.”²⁷ O movimento não existe somente em São Paulo e se espalha por diversas outras cidades brasileiras através de coletivos independentes.

²⁵ Disponível em: <http://g1.globo.com/goias/noticia/2013/06/tarifa-de-onibus-em-goiania-volta-r-270-na-quinta-feira-diz-cmtc.html> - acessado em 10/09/14

²⁶ Disponível em: <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2013/06/entenda-os-protestos-em-sp-contr-aumento-das-tarifas-do-transporte.html> - acessado em 10/09/14

²⁷ Disponível em: <http://www.mpl.org.br/> - acessado em 10/09/14

As primeiras manifestações realizadas em São Paulo não receberam uma avaliação positiva dos principais jornais, apesar de terem aumentado em número partir do dia 6 de junho, e foram reprimidas de forma violenta pela Polícia Militar. A *Folha de S. Paulo*, no dia 7 de junho, estampou na capa: “Vandalismo marca ato por transporte mais barato em SP”. A chamada era para o caderno Cotidiano. Uma foto em destaque na capa da edição trazia a legenda: “Manifestantes liderados pelo Movimento Passe Livre, ligado a estudantes, ao PSOL e ao PSTU, queimam catracas de papelão na avenida 23 de Maio”²⁸. Com foco nas cenas de depredação, a Folha relutou em avaliar a importância dos protestos.

Só na quarta manifestação organizada pelo MPL que aconteceu na capital paulista no dia 13 de junho, reunindo cerca de 20 mil pessoas, foi onde aconteceram os conflitos mais violentos entre policiais e manifestantes que acarretaram mudanças na cobertura midiática. Segundo a mestra em comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo, Anelisa Maradei, nesse dia, com a imprensa alinhada contra o que até então era percebido como ato de “vandalismo” e não como uma manifestação legítima dos cidadãos brasileiros, o Governo de São Paulo cometera um erro estratégico que custaria popularidade a todas as instâncias administrativas: federal, estadual e municipal. Geraldo Alckmin, nesta oportunidade, declararia “guerra” aos manifestantes. (MARADEI, 2013, p. 5)

A PM levou sob custódia 241 pessoas – e pelo menos 40 foram detidas antes mesmo do início da manifestação – e foram apreendidos diversos materiais, entre eles garrafas de vinagre portadas por jornalistas e manifestantes²⁹, o que gerou diversos comentários nas redes sociais. A violência assustou não só quem participava da manifestação como também profissionais da imprensa que faziam a cobertura do protesto. Segundo o MPL, foram registrados casos de mais de 100 pessoas feridos, incluindo 7 jornalistas da *Folha de S. Paulo*. A foto da jornalista Giuliana Vallone ferida após levar um tiro de bala de borracha no olho alastrou-se pela internet após postarem a imagem no Twitter.

Na quarta-feira, dia 14 de junho, os jornais destacaram em suas capas a violência ocorrida em São Paulo com imagens de confronto entre policiais e manifestantes. A manchete de capa do *O Globo* foi “Confronto se agrava em SP, com mais prisões e feridos”, acompanhada de duas fotos da polícia militar atacando manifestantes.

²⁸ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/images/cp07062013.jpg> - Acessado em 19/09/14

²⁹ Disponível em: http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/13/jornalista-e-presodurante-protesto-contraaumento-da-tarifa-em-sp.htm?cmpid=cfb-cotidiano-news&fb_action_types=og.recommends&fb_source=aggregation&fb_aggregation_id=288381481237582 - acessado em 10/09/14

A partir desse protesto, os maiores jornais do país diminuaram o tom de hostilidade ou indiferença na cobertura, em comparação aos dias anteriores. Um dos exemplos da cobertura negativa das reivindicações pela diminuição da tarifa de transporte público foi o editorial da *Folha de S. Paulo* que incentivava maior rigidez policial para conter os protestos, publicado no mesmo dia em que sete funcionários do jornal acabaram feridos:

Sua reivindicação de reverter o aumento da tarifa de ônibus e metrô de R\$ 3 para R\$ 3,20 — abaixo da inflação, é útil assinalar — não passa de pretexto, e dos mais vis. São jovens predispostos à violência por uma ideologia pseudorrevolucionária, que buscam tirar proveito da compreensível irritação geral com o preço pago para viajar em ônibus e trens superlotados. (...) É hora de pôr um ponto final nisso. Prefeitura e Polícia Militar precisam fazer valer as restrições já existentes para protestos na avenida Paulista, em cujas imediações estão sete grandes hospitais.³⁰

A partir de 14 de junho, após toda a imprensa receber várias críticas pela conduta da cobertura mudou. Os jornais adotaram uma postura mais favorável aos manifestantes e caracterizou os “vândalos” como uma minoria entre os que reivindicavam por direitos legítimos. A Polícia Militar, antes vista como heroica, passou a ser retratada como violenta e despreparada para lidar com os protestos. E a alternância de posicionamento não passou despercebida, como notou o professor de Ciência Política e Comunicação, Venício Lima, em artigo publicado no site da Central Única dos Trabalhadores, em 21 de junho de 2013:

A primeira reação da grande mídia, bem como das autoridades públicas, foi de condenação pura e simples das manifestações que, segundo eles, deveriam ser reprimidas com ainda maior rigor. No entanto, à medida que o fenômeno se alastrou, autoridades e mídia alteraram a avaliação inicial.³¹

Também é importante destacar que, antes mesmo da mudança da postura da mídia, o DataFolha já mostrava que mais da metade dos paulistanos apoiava os protestos³². Confrontado pela realidade e pela força que ganhou o movimento nas redes sociais, o jornal foi obrigado a reconhecer que não se tratava de vândalos, mas jovens e cidadãos estarrecidos com os desmandos políticos, denúncias sequenciais de corrupção de um governo que, num primeiro momento, havia sido idealizado como de postura progressiva e ética, mas que, pouco a pouco, foi se desmistificando diante dos olhos da sociedade.

³⁰ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2013/06/1294185-editorial-retomar-a-paulista.shtml> - acessado em 10/09/14

³¹ Disponível em: <http://www.cut.org.br/noticias/venicio-lima-as-manifestacoes-de-junho-e-a-midia-5ce7/> - acessado em 11/09/14

³² Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/06/1294919-maioria-da-populacao-e-a-favor-dos-protestos-mostra-datafolha.shtml> - acessado em 10/09/14

(MARADEI, 2013, p. 8) E a declaração anterior não é válida somente para a imprensa paulista, mas como para os veículos de comunicação de todo o país.

Nas manifestações do dia 17 de junho, já não se questionava mais a legitimidade do movimento. No dia seguinte, 18, a manchete da capa da *Folha de S. Paulo* exibia a imagem dos manifestantes ocupando a laje do congresso com a legenda “Em Brasília, aos gritos de ‘o Congresso é nosso’, manifestantes quebram cordão de isolamento da PM e invadem a laje da sede do Legislativo; segurança do Planalto foi reforçada”. No jornal *Estado de S. Paulo* usava-se outra imagem da capital tomada pelos manifestantes, com o título “Protesto se espalha pelo País e políticos viram alvo”.

Na cobertura dos protestos realizados no Rio de Janeiro no dia 17, *O Globo* destinou quase metade da capa para a foto da Avenida Rio Branco tomada pela multidão. Mais duas fotos, uma da depredação que ocorrera na Rua 1º de Março e outra do Congresso cercado de manifestantes, apareciam num tamanho menor. Mas quando se trata da cobertura televisa, as interpretações se tornaram mais ambíguas. O canal de televisão a cabo *GloboNews* realizou a cobertura ao vivo dos protestos, mas mostrou muito mais imagens da confusão que acontecia em torno da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro (Alerj) e resultou na invasão do prédio, do que imagens da manifestação pacífica que acontecia ao mesmo tempo na Rio Branco. Embora os repórteres afirmassem repetidas vezes que se tratava uma minoria a que se encontrava em frente a Alerj e que maior parte do protesto era pacífico, as imagens só davam destaque a esse grupo menor. O que também gerou diversas críticas nas redes sociais e veículos de comunicação independentes.

Nos dias seguintes, 18, 19 e 20, as manifestações aumentaram ainda mais, e tomaram de vez as páginas dos jornais e ganharam mais espaço no espaço televisivo. Os novos papéis já estavam estabelecidos, separando os manifestantes da “minoria violenta” enquanto a imprensa abria espaço para ouvir especialistas de diversos segmentos da sociedade, e condenando a violência seja por parte dos cidadãos ou da polícia militar.

No entanto, o motivo inicial das reivindicações – a diminuição da tarifa do transporte público – se perdeu no mar de pautas que pareciam protestar “contra tudo e todos”. Depois de várias cidades por todo o país decretarem o cancelamento do aumento das tarifas, o MPL se desligou oficialmente dos protestos através de um comunicado no

site do movimento³³. Nesse momento, as manifestações tomaram outro direcionamento que acabou afastando alguns setores, como por exemplo os militantes de partidos políticos, e atraindo outros, mas seus desdobramentos não são o foco deste trabalho. O newsgame apresentado faz um recorte desse período, tendo como centro o dia 17 de junho, dando foco a fase inicial dos protestos quando estavam prestes a ganhar o apoio completo da grande mídia.

³³ Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/21/mpl-anuncia-que-nao-vai-convocar-novas-manifestacoes-no-momento.htm> - acessado em 12/08/14

4. RELATÓRIO DE PRODUÇÃO

Este capítulo é dedicado a expor todo o processo de produção do newsgame, dividindo-o em três partes principais: formato do game, a montagem e a construção dos personagens. A criação do newsgame só se iniciou após o embasamento teórico e da análise das manifestações de junho, que também serviram para a coleta de material a ser utilizado na narrativa do jogo. Após o desenvolvimento dos personagens e do roteiro, em que foi decidido qual seria o recorte reservado para cada protagonista em sua rota, deu-se início a montagem que foi o processo mais longo de todo o projeto.

4.1 Formato

Para a produção do newsgame o modelo de jogo escolhido foi o formato da Visual Novel. Como o nome sugere, eles são uma mistura de Novel (novela, narrativa, romance) com múltiplas mídias e funcionam geralmente como jogos de ficção interativos. Esse formato de jogo não tem tanta popularidade no ocidente, mas reúne um mercado forte na Ásia. Cerca de 70% dos jogos de computador lançados no Japão em 2006 foram do tipo Visual Novel³⁴.

A característica principal desse estilo de game é o gameplay mínimo, ou seja, a forma como de interação entre quem joga e o jogo. Na maioria dos casos, o jogador só precisa clicar na tela repetidas vezes para continuar a ver o texto, as imagens e, caso tenha, efeitos de som e vídeo. O diferencial da Visual Novel está no fato de que a maioria desses jogos tem múltiplas narrativas e permitem finais diferentes de acordo com as decisões do jogador. Funcionam como livros multimídia onde o leitor é responsável por decidir como será o final da história.

Outro fator que determinou a escolha desse formato foi o fácil acesso ao Ren'Py, um software de código aberto³⁵ que permite que qualquer pessoa possa criar um game no formato Visual Novel sem restrições e de forma gratuita. Por ser uma plataforma de software livre, o Ren'Py passa por adaptações e melhoras graças à ajuda voluntária dos

³⁴ Disponível em: <http://www.animenewsnetwork.com/pressrelease.php?id=1510> - acessado em 15/09/14

³⁵ Segundo a Free Software Association, software livre é qualquer programa de computador que pode ser usado, copiado, estudado, modificado, e redistribuído com algumas restrições. A liberdade de tais diretrizes é central ao conceito, o qual se opõe ao conceito de software proprietário, mas não ao software que é vendido almejando lucro (software comercial). A maneira usual de distribuição de software livre é anexar a este uma licença de software livre, e tornar o código fonte do programa disponível. Fonte: <http://www.softwarelivre.gov.br/tire-suas-duvidas/o-que-e-software-livre> - acessado em 15/09/14

usuários mais experientes, que tem a liberdade de mexer nas estruturas do programa. Também existe um fórum dedicado aos usuários do software que podem tirar dúvidas ou fazer questionamentos sobre o Ren'Py e como utilizá-lo para criar seus próprios jogos.

O formato simples desse tipo de jogo permite que uma estudante de jornalismo possa explorar as ferramentas de criação de um videogame, já que o objetivo não é criar um newsgame com a mesma qualidade de outros já citados neste trabalho, mas de entender e experimentar a abordagem de um jogo jornalístico.

4.2 Montagem

A montagem física do jogo foi a parte mais trabalhosa. Ficou evidente as dificuldades de trabalhar com um software desconhecido, além da exigência de tempo e esforço que uma produção desse porte requer quando feita de forma individual. A criação só teve início após a finalizações dos personagens e do roteiro do jogo.

Foram coletadas dezenas de imagens da manifestação ocorrida no Rio de Janeiro, sejam de jornais ou de pessoas anônimas, além de vídeos amadores e profissionais publicados no Youtube. Uma Visual Novel necessita de um grande número de imagens e outros recursos multimídias para “compensar” a falta de uma interação maior do jogador com a narrativa e não deixar o jogo monótono. Os personagens são os únicos elementos totalmente ficcionais, sendo desenhados manualmente e coloridos digitalmente.

Uma das maiores preocupações durante a montagem foi a de criar uma narrativa que divertisse e engajassem o leitor-jogador enquanto informa sobre os protestos do ano passado. Um jogo eletrônico não funciona da mesma maneira que uma reportagem tradicional então o cuidado em manter o jogador interessado é fundamental. Como o jogo se propõe a ser uma simulação de um protesto específico, tomou-se cuidado em relembrar o contexto em que ocorreu, evitando influências da sequência de acontecimentos posteriores. Lembrando que na manifestação do dia 17 de junho ainda não havia conclusões prontas sobre as manifestações, seja por parte da mídia ou dos próprios manifestantes e esse sentimento de incerteza deveria estar presente na narrativa.

Respeitando o modelo de uma Visual Novel, a rota de cada personagem deveria ser diferente, ao mesmo tempo que deveria englobar poucas informações relevantes a todos. Deve ficar claro para o jogador, a partir de um determinado ponto, que as escolhas feitas durante o jogo determinam o acesso ou não a informações e influenciam a forma como a

manifestação seria vista ao final do game. Além de vários finais diferentes, que poderiam ser vistos como “ruins” ou “bons”. Dessa forma, seria possível despertar o desejo do interator de jogar o newsgame mais uma vez, para tentar descobrir o que aconteceria caso jogasse com outro personagem ou se fizesse escolhas diferentes.

4.3 Personagens

Seguindo a intenção de criar múltiplas narrativas, o jogo se divide em três protagonistas que têm visões diferentes sobre as manifestações. Eles não são os únicos personagens da história, mas é através do ponto de vista de cada um que o jogador-leitor simula a manifestação do dia 17 de junho de 2013 realizada no Rio de Janeiro. Os três personagens são fictícios e simbólicos, já que representam atores sociais que tiveram força durante as manifestações, desempenhando os papéis de um estudante, uma jornalista e um policial militar. Tanto que a primeira escolha do jogo é determinar sob qual avatar deseja jogar e, conseqüentemente, qual a visão de mundo que irá acompanhar.

O estudante se chama Daniel e ele representaria em tese o ponto de vista de grande parte dos manifestantes que compareceram as ruas durante o mês de junho, que foram os jovens e universitários. Sendo a criadora do projeto uma estudante universitária que foi aos protestos, esse personagem é o que concentra a opinião pessoal da autora com base nos textos e informações que ela leu e divulgou durante esse período, através das redes sociais ou de registros próprios.

A rota de Daniel, ou seja, a narrativa específica desse personagem, é da visão de um jovem manifestante estimulado a participar graças ao clamor nas redes sociais junto com seus colegas universitários. As escolhas do roteiro são focadas em encaminhar para qual lugar da manifestação Daniel deverá ir e assim entrar em contato ou não com particularidades dos protestos que influenciariam sua opinião. O personagem pode tanto terminar a história conhecendo só a manifestação pacífica e descobrir sobre a invasão da Alerj posteriormente ou, afetado pelo clamor da multidão enfurecida, fazer parte do grupo que invadiu a Assembleia Legislativa, assim como pode conhecer ambos os lados, mas sem se engajar nos atos de violência cometidos.

A jornalista, nomeada Ana Júlia, conseqüentemente personifica a visão da imprensa tradicional. Optou-se por não incluir a MÍNDIA NINJA porque sua atuação ainda não havia ganhado a atenção do público no protesto do dia 17. Além da coleta de reportagens

sobre a cobertura das manifestações no Rio de Janeiro, acumuladas durante a pesquisa para a produção do capítulo sobre os protestos, foram entrevistados dois jornalistas profissionais e atuantes. A primeira entrevista foi realizada com o André Barroco, jornalista do *O Dia*, e a segunda com Carol Barreto, jornalista da *EBC*, e para ambos foram feitas as mesmas perguntas. A ideia era entender melhor como funciona a cobertura profissional de um grande acontecimento, quem decide sobre quem vai a campo trabalhar e quais os cuidados a serem tomados. Além disso, procurar conhecer qual a opinião que eles obtiveram sobre as manifestações e quais as mudanças que o acontecimento trouxe para o exercício da profissão jornalística.

A rota da jornalista foi a única a não ser concluída. Essa personagem teria uma rota diferente dos outros dois já que haveria mais decisões a serem tomadas ao final da rota do jogo, que poderia escolher a forma como determinados acontecimentos seriam retratados no jornal do dia seguinte. Caso alguém decida jogar como uma jornalista, o jogador seria exposto a diversas informações contraditórias com relação as manifestações, mas no fim seria responsável por decidir quais fatos seriam retratados na reportagem da personagem.

Ana Júlia trabalha para um jornal popular no Rio de Janeiro e cobriu todas as manifestações ocorridas na cidade durante o mês de junho. No protesto do dia 17, ela iria acompanhada de um fotógrafo e com recomendações de evitar se infiltrar na multidão e observar tudo de longe. O jogador, além de decidir o rumo da jornalista, também precisará ficar de olhar no personagem fotógrafo, pois um dos finais poderia terminar com ele ou com a Ana Júlia feridos.

O personagem policial militar, chamado de Antônio, representa um setor que foi elogiado e depois duramente criticado durante os protestos, mas de certa forma “esquecido” pela imprensa, que erroneamente tende a julgar essa classe de profissionais como um todo. A criação desse personagem e o desenvolvimento do roteiro dele foram baseados em entrevistas com policiais militares. Os entrevistados foram Jorge Luíz Silva, policial militar aposentado, Marco Aurélio, integrante do Batalhão de Ações com Cães, e Rodrigo Federezzi, capitão da Polícia Militar do 28º Batalhão. Foram entrevistas presenciais e longas, que visavam obter a maior quantidade de informações sobre a profissão do policial militar. Desde o uniforme e o sistema de promoções até o treinamento que os policiais recebem para agir em locais onde há um grande número de pessoas presentes, além de procurar entender o ponto de vista individual sobre as manifestações ocorridas em 2013.

A rota do policial militar seria mais curta, no sentido de haver menos decisões disponíveis para o jogador. O enfoque seria mostrar mais o ponto de vista de um agente social que foi criticado e idealizado do que problematizado durante as manifestações. O roteiro se divide em dois finais opostos: obedecer ao treinamento recebido para lidar com aquele tipo de situação ou não seguir as ordens, correndo o risco de ser flagrado por algum repórter. Nesse caso, a ideia é mostrar o que pode levar a um policial a cometer erros numa situação de aparente desvantagem.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que se conhece por jornalismo online hoje é na verdade um grande palco de experimentações. Jornalistas e empresas de comunicação estão em processo de desconstrução de antigos modelos para explorar novas estratégias procurando produzir um material jornalístico que compreenda a linguagem da web e que consiga trazer algum retorno financeiro. Enquanto isso, os novos leitores surgem como uma força ativa e com desejo de participar do conteúdo e que cujas barreiras cognitivas se tornam cada vez mais indistinguíveis.

Nesse cenário surgem os newsgames, que conciliam as notícias com os jogos digitais, como um tipo de jornalismo voltado para a internet, apesar de ainda não ter se consolidado como gênero. Como eles consomem tempo, dedicação e não dão garantia de lucro, os jogos jornalísticos ainda não alcançaram o seu verdadeiro potencial, apesar de existirem exemplos ilustres. Mas para que isso aconteça é preciso colocar o recurso em prática, até deixar de ser novidade e sua função jornalística deixar de ser questionada. E essa foi justamente a intenção desse projeto prático.

Games com base em notícias podem usadas para auxiliar os leitores-jogadores a compreender melhor o mundo que os cerca. O projeto prático deste estudo, o newsgame sobre as manifestações de junho, permitiu mostrar os desafios que jornalistas encontram para realizar um jogo jornalístico. Foi possível perceber que somente com a experimentação é que se pode chegar ao melhor produto noticioso, sempre pensando na qualidade da informação e, essencialmente, na contextualização do assunto.

Sem esquecer que, para atender a demanda dos novos públicos da cultura convergente, não basta apenas misturar entretenimento e informação. É preciso que jornalistas e empresas de comunicação se libertem de modelos pré-estabelecidos e tentem criar novos modos de leitura, de imersão e de narrativa em nome da sobrevivência do negócio da comunicação e adaptação ao novo contexto cultural e tecnológico.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Daniela Camila de. “Jogar para informar: uma análise dos newsgames como linguagem na divulgação científica. 2010”. Monografia (Graduação em Comunicação Social/Jornalismo). Minas gerais: FGV, 2010.

BELTRÃO, Luiz. “Iniciação à filosofia do jornalismo”. Rio de Janeiro: Agir, 1960. Disponível em <http://www2.metodista.br/unesco/E-books/005.pdf>. Acesso em 29 de setembro de 2014.

BOGOST, Ian; FERRARI, Simon; SCHWEIZER. *Newsgames: Journalism at Play*. Cambridge: Mitpress, 2010.

DEBROUWERE, Stijn. “Fungible”. Debrouwere, 2012. Disponível em: <http://debrouwere.org/2012/05/04/fungible/>

FERRARI, Pollyana. *Jornalismo Digital*. São Paulo: Contexto, 2003. 120p

HUIZINGA, Johan. *Homo Ludens*. O jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 2000. Disponível em http://jnsilva.ludicum.org/Huizinga_HomoLudens.pdf - Acesso 10/08/14

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

JOHNSON, Steven. *Surpreendente! A televisão e os games nos tornam mais inteligentes*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência - o futuro do pensamento na era da informática*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993. Disponível em <http://www.scribd.com/doc/17394163/As-Tecnologias-da-Inteligencia> - Acesso 10/08/14

_____. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARADEI, Anelisa. “Folha de S. Paulo e a cobertura dos protestos do MPL”. IN: Intercom, 36, 2013, Manaus. Disponível em <<http://www.amaradei.com.br/v2/wp-content/uploads/2013/11/Artigo-Ane-Intercom-Manaus-Folha-de-S.Paulo-e-a-cobertura-dos-protesto-do-MPL.pdf>> Acesso em: 26/09/2014.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. EUA: Mc-Graw Hill Book Company, 1984. 407p

MURRAY, Janet. H. *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: Itaú Cultural; Unesp, 2003.

NEGROPONTE, Nicholas. *A Vida Digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

PRADO, Magaly. *Webjornalismo*. São Paulo: LTC, 2011.

RIBEIRO, Nicolly S. V. “Newsgames: que relação pode haver entre jogos e notícias?”. Orientadora: Cristiane Henriques Costa. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2012. Monografia (Graduação em Jornalismo).